

黄英侠◎主编

首届全国电影学青年学者论坛论文集

最清新的声音

黄英侠◎主编

首届全国电影学青年学者论坛论文集

最清新的声音



CFP 中国电影出版社
2015·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

最清新的声音：首届全国电影学青年学者论坛论文集 / 黄英侠主编. —北京：中国电影出版社，2015.5

ISBN 978 - 7 - 106 - 04145 - 8

I. ①最… II. ①黄… III. ①电影学—文集 IV.

①J90 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 091266 号

最清新的声音

——首届全国电影学青年学者论坛论文集

黄英侠 主编

出版发行 中国电影出版社（北京北三环东路 22 号）邮编 100029

电话：64296664（总编室） 64216278（发行部）

64296742（读者服务部） Email: cfpvgb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 北京京华虎彩印刷有限公司

版 次 2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/710×1000 毫米 1/16

印张/21 插页/2 字数/350 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 04145 - 8/J · 1675

定 价 58.00 元

主 编:黄英侠

学术顾问:郑洞天 钟太丰 杨远婴 陆邵阳 黎 萌

王 纯 许 辉

编 委:高 翔 王 垚 张 勇 沈雅辰 王霄云

刘宏伟

序

郑洞天

传统不一定什么时候都是好东西,比如“论资排辈”。平常过日子待人接物,讲究长者为先、礼让前辈,置身文明社会或者礼仪之邦自是应有之义;而在本该各抒己见彰显个性的场合,比如学术研讨,如果还按年龄、资历排起尊卑先后来,结果就不那么美妙。常见一席学术座谈,无论座次还是发言,都有相对固定的一套范式程序,谁正座谁靠边,谁先说谁后讲,看起来像是安排好的,其实无须事先关照,与会者皆心知肚明,终于捱到小字辈年轻人了,时辰已剩无几,只能语焉不详匆匆过场,最后表面上和气散去,心里却都未必痛快。无奈天长日久,大家都习以为常,当今学术领域之鲜有创见和生气,跟这种开会的传统大有关系。不知道这番景象是从什么时候开始的,三十多年前我初有机会跻身电影圈的时候,各种交流探讨的会开得很频繁,活跃如新片观后座谈,庄重如金鸡奖评委会,几辈人济济一堂,年龄差距多有三四十岁,作为后生晚辈,我们想谦让却经常被点名先讲,慢慢地脸皮也厚了起来,有什么想法上来就开说,反正意见不一可以当场辩论,说错了还有高人指正。大凡氤氲过那种气氛的人,现今去开会一定觉得很不自在,几年前我曾在电影资料馆的一个会上笑问,能不能立下一个规矩,以后每次开会,头三个发言让大家都不认识的年轻人先说,与会者当时反应活跃,最终也只能不了了之。

所以,当黄英侠院长提出,新成立的北京电影学院研究生院要搞一点有实效、有特色的学术活动,高翔老师和几位博士生商议举办电影学青年论坛的时候,我马上提议,干脆开一个只许45岁以下说话的会,或许青年学子们更能放松心情,敞开心扉。

直到今天,回想起论坛的前前后后,我们这些当事者还很兴奋。

2014年3月23日,首届“全国电影学青年学者论坛”发布征稿启事。这个仅仅登在电影学院校园网上很不起眼的一则信息,却很快就受到全国青年学子的关注,是两个指定论题跟当下创作现实直接关联而具有话题性?还是因为征稿采用先交800字(学术思路)、后写8000字(正式论文)的新鲜做法?反正事实是反馈超过我们的预期。两个月不到,七十余篇带着年轻的思维和“热气”的投稿,从十几个省市,三十多所影视专业院系和相关研究机构、产业单位发来,请我院专家阅读评议后,确定了其中一半写成论文作为正式邀请。三个月后,最终完成的28篇论文陆续寄到,由五位电影学资深教授和三位青年学者组成的评审团,评选出了其中的优秀之作。在这里,我想向付出辛勤劳动和拳拳爱心的各位评委老师们再公开地致一次谢忱——他们是:北京电影学院教授杨远婴和钟大丰、中国传媒大学教授胡克、北京大学新闻传媒学院教授陆绍阳、西南大学文学院教授黎萌、《电影艺术》编辑部主任王纯、《当代电影》副主编徐辉,还有受邀参加学术思路初评的王志敏教授和陈晓云教授。跟他们一起坦诚并愉快的合作,是一件值得记忆的事情。

10月30—31日,在清一色以青年学者作为主体的全新氛围中,论坛在我院如期举行。跟以往研讨会不同的是从会议室走上了舞台,还有一块可能是最大的放映PPT的银幕。来自北大、清华、南开、复旦、中国传媒大学、中国艺术研究院、北京电影学院等18所高校、科研机构的在读研究生、青年教师和研究者济济一堂,论坛包含了主题论文宣讲、讨论论文介绍,以及对主题论文的回应和多个讨论环节,与会青年学者的发言和对话新意频现,交锋精彩,除了开幕致辞和闭幕颁奖两个环节,全部议程中真的实现了45岁以上“不许上台”。

收入本书的就是向论坛提交的全部论文,有些还经过作者的会后修订。

“电影与互联网:跨媒体时代电影的生存与衍变”论题有12篇论文,其中的关键词除了热门的“大数据”和“云”,还有理论前沿的“数据库叙事”、“跨媒体叙事”,甚至颇为时髦的“弹幕”等。南开大学文学院陈琰娇的主题论文《数据库电影与景观电影——跨媒体时代国产电影美学危机》,在列夫·曼诺维奇和居伊·德波的理论框架下对近年的部分高票房国产电影进行了阐释,令人耳目一新。复旦大学新闻学院的施畅在《跨媒体叙事:盗猎计与召唤术》中提供了一套新颖的学术框架,“盗猎”、“游牧”、“故事世界”、“使命召唤”、“骑士”都成为理论关键词。中国传媒大学动画学院邓若佚在《屏媒时代影像互动叙事的定义与潜力环节》一文中则着重探讨了互动叙事的产业实践和理论。北京电影学院的程马志远的《观众在看什么——基于观众视线关注数据的电影摄影研究》是本次论坛唯

一的一篇实证研究,利用视线追踪技术,结合实验数据讨论了视觉元素对观众注意力的影响。

“中国电影‘第七代’?”论题的16篇入围论文又另一番风景,作者们对于论题本身就表达了质疑与争议。其实当初提出论题时特意加了一个醒目的“?”,而论文中“命名的焦虑”实际上体现着对创作现实的困惑与责任感。青年学者深切地观照着当下青年导演——他们的同龄人的作品,无论是获得票房成功的商业片,还是默默潜行的小成本艺术电影。北京大学新闻与传播学院彭婷的主题论文《中国导演的“第七代”“感觉结构”》倒没有纠缠命名的问题,而是在文化研究伯明翰学派的理论框架之内定义了“世代”,并探讨了作为样本的一批电影中的“新中产价值”和“姐妹情谊”两个特征。中国传媒大学艺术研究院陆嘉宁在《明星导演——多媒体时代的“作者人格”建构与转换》一文,结合对微博营销的“田野调查”,使用明星研究的框架,在产业实践的意义上对“作为明星的导演”们的作品进行了分析。

本次论坛另一个亮点是“90后电影学者”的首次登场。入围作者中共有3名“90后”学者:中国传媒大学动画学院的邓若倓、北京电影学院文学系的宋遥和陕西师范大学新闻与传播学院的王洋溢。宋遥结合作者研究与产业研究的方法,探讨了青年导演创作的市场机制;王洋溢则对独立电影导演杨瑾进行了个案研究。

我们给这本有点特别的书起了个不那么规范的书名。谁都知道它典自“雏凤清于老凤声”,而这个传世一千多年的李商隐名句,要真正成为共识并化作现实又谈何容易。我在论坛结束致告别辞的时候说,1917年,一个27岁的中国年轻人在哥伦比亚大学完成了他的哲学博士论文《中国哲学史大纲》(准确地说是《中国古代哲学方法之进化史》),在座的最年少的都已经比他大了。这事至今已经将近一百年,想想胡适,我们都应该汗颜。所以,请抓紧年华。因为,不管什么小时代大时代,这是你的时代!

目 录

序 郑洞天 /1

第一部分 电影与互联网：跨媒体时代电影的生存与衍变

“微时代”影视传媒艺术的文化变革	盖 琪 / 3
互联网时代电影的数据库叙事方式及美学特征	刘永亮 / 11
新媒体语境下电影的审美转变与叙事转型	许 航 / 21
影像思维与互联网思维的合奏	
——跨媒体语境下的电影意识流手法浅析	鞠 薇 / 30
中国动画电影进入媒体融合时代了吗？	
——结合《十万个冷笑话》个案	许夏营 / 40
观众在看什么？	
——基于观众视线关注数据的电影摄影研究	程马志远 / 50
大数据思维影响下的电影美学新趋向	
——对“新生代”导演命名“第七代”合法性的考察	田亦洲 / 66
当银幕变成显示器	
——2005年以来美国电影的RPG式改变	张 毅 / 80
内容题材、形式结构与衍生文本	
——互联网时代的电影文化初探	刘 洋 / 95

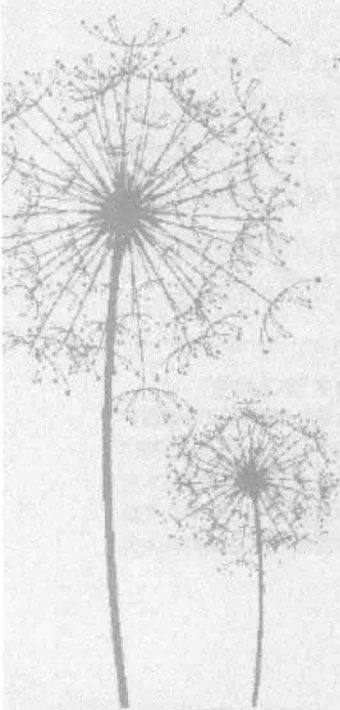
告别叙事：当下国产电影中的“后情节电影”与“景观电影”	陈琰娇 / 106
跨媒体叙事：盗猎计与召唤术	施 畅 / 115
屏媒时代影像互动叙事的概念范畴与潜力环节	邓若俊 / 127

第二部分 中国电影“第七代”？

两岸青年导演与电影发展未来	郑维雄 / 151
现实观照与荒诞审美：中国电影“第七代”管窥	张燕菊 / 169
青春梦醒缔造“新中国精神” ——论2013年三部热卖青春亚文化题材电影	张 冲 李 侃 / 178
一场关于“均衡”的试探 ——“第七代”电影导演对作品商业性和艺术性的双重考量	宋 遥 / 188
《小时代》：消费时代的亚文化读本	龚 艳 / 197
中国电影“第七代”的“辩”与“变” “第七代” ——尴尬的命名与理想的焦虑	马 婷 / 206
从新中产价值到女性主体性：中国国产电影“第七代”的“感觉结构”研究	李 立 / 215
“明星导演” ——多媒体时代的“作者人格”建构与转换	彭 婷 / 226
“第七代”：中国式电影流派如何不可能	陆嘉宁 / 238
从一代导演探究台湾电影的青春与小清新	代立宁 / 256
“后学院”时期与中国电影“第七代”	杨欣茹 / 267
“第五代”的迷失与“第七代”的崛起相遇	王 晶 / 278
论“90后”电影“新生代”的艺术创作思想	顾 超 / 288
一场虚妄的指认 ——对“新生代”导演命名“第七代”合法性的考察	刘 洋 / 298
杨瑾的导演风格研究	李 宁 / 307
	王洋溢 / 317

第一部分

电影与互联网：
跨媒体时代电影的生存与衍变



“微时代”影视传媒艺术的文化变革

盖琪 首都师范大学文化研究院

“微时代”从何而来？表面上看，“微时代”似乎源于微博、微信、微电影、微支付等的兴盛，但实质上，“微时代”是一个后福特主义文化逻辑在城市社会中获得深度拓展的时代，同时也是一个以传媒文化变革为先导、以社会结构方式与实践方式全面转型为主潮的时代。在这样一个变革与转型的时代中，以影视艺术为主的传媒艺术^①，作为当代传媒场域中的审美文化高地——兼具传播与艺术的双重属性，跨越科技到美学的多元面向，融合社会动员与审美动员的复合要素——更是应该成为我们观察、思考时代嬗变的重要切入点。

一、“微时代”传媒艺术的文化逻辑变革

在文化逻辑上，“微时代”其实是一个后福特主义的时代——这是我们今天探讨“微时代”传媒艺术话语表达机制的基本语境前提。首先，“微时代”的“微”是相对于“大”而言的。从“大”到“微”，标志着人类生产生活方式从福特主义阶段向后福特主义阶段转型的深刻变革，也蕴含着人类审美文化理念从追求宏大叙事、总体修辞到关注多元话语、差异表达的重要嬗变。

就全球范围而言，所谓的“福特主义阶段”主要是指从蒸汽机时代开始到 20

^① “传媒艺术”是在与传统艺术相对应的基础上所提出的整合性概念范畴，它是对若干以大众传播媒介为文本构成要素的艺术形态的统称。笼统地说，它实际上包含着两个层面的含义：第一层，“传媒艺术”首先是一个“家族”，它包含了几大类既有相关性、又有差异性的艺术形态，比如电影、电视艺术（包括电视剧、电视综艺晚会、电视纪录片等）、影视广告、影视动画、新媒体艺术等；第二层，也是最为关键的是，“传媒艺术”必须以大众传播媒介作为文本构成要素，即以电子或网络技术支持下的现代大众传播介质作为文本构成的必要手段，而不是可有可无。

世纪 60 年代为止的资本积累与现代大工业时期。而具体到中国社会,由于后现代性的特殊历史语境,我们的“福特主义阶段”则主要从 20 世纪 80 年代的改革开放才真正起步,并在激荡中保持到 21 世纪的第一个十年间。在福特主义阶段,规模化、流水线化的生产方式从根源上决定了其居于主流地位的文化逻辑也倾向于总体伦理——首先是对“大”从理念到实践的过分推崇,其次是对集体利益的高度信任,以及由此对稳定、完整、均衡、秩序的不懈追求。相应地,在这一阶段的文学艺术场域中,我们很容易发现在福特主义美学纲领影响下诞生的作品。具体到中国的传媒艺术场域,电影银幕上诸多以“伟岸”、“恢宏”、“昂扬”、“壮美”、“深沉”……为美学风格和价值向度的史诗性作品,电视荧屏上更多动辄长达几十、上百集的“长河叙事”(其中既有电视剧也有电视纪录片)都可以看作是典型的福特主义传媒艺术文本。

福特主义文化逻辑下传媒艺术的登峰造极之作当属中央电视台的春节联欢晚会。这一几乎为中国所特有的传媒艺术样式诞生于改革开放初期,基本是伴随中国社会的再现代化进程发展成长起来的,因而可以看作是福特主义(符号、价值)在传媒艺术场域中的阶段性外化。事实上,“央视春晚”之所以能成为“新民俗”,不仅是因为它满足了普通中国百姓对于“庆新春”的仪式化需求,更重要的是它提供了改革初期中国社会所亟需的“发展叙事”与“共同体想象”。纵观“央视春晚”的文本就可发现,三十余年来,“央视春晚”不断强化其宏大、华美、整饬的福特主义美学风格,而其中数个亘古不变的环节也基本延续了有关“团结奋进、万众一心”的总体性论述。因此,从文化演进逻辑上来看,艺术创新力下降、意识形态负载过重、商业诉求侵蚀、观众口味提高等只是近年来“央视春晚”渐趋没落的表层原因,而其深层原因恰恰是“央视春晚”这一福特主义阶段的传媒艺术“巨无霸”已经不再适应后福特主义阶段的社会文化需求。一方面,对于在后福特主义阶段开始进入文化消费旺盛期的“新生代”年轻人而言,福特主义的叙事风格、文化旨趣确实都远离他们的成长经验,难以引发他们的共鸣;另一方面,对于经历了中国特色的福特主义阶段的中老年人而言,近年现实社会文化总体叙事的分裂情态也使原有的福特主义文艺模式无法再提供出一个足以弥合阶层趣味、进而建构可信秩序感的大同图景。所以,福特主义典型艺术范式在当今中国都市社会中的衰微是必然的。

在纾困的意义上,后福特主义正是对福特主义历史局限性的超越:“在后福特主义阶段,消费模式向着专业化转变,生产方法、机器设备和管理体制都变得更为灵活,以便能够满足多样化的消费需求。”“‘灵活性’和‘弹性工作’等词汇,成了

劳动力市场和工作方式中的流行语。”人类的生产—生活—思维方式由集体化、固态化和秩序化逐渐趋向个体化、液态化和碎片化^①。而所有这一切变革，才是我们今天所面对的“微时代微文化”的深层基础与真正起点。这其中的“微”，并非仅仅是微博、微信之“微”，它所指向的是一种“个体的崛起”，是一种以个人为单位、以个体为终端的新文化逻辑与文化生态。如果说福特主义的艺术话语更多地倾向于以稳定性、完整性、均衡感、秩序感见长的集体主义美学的话，那么后福特主义的艺术话语就更多地倾向于以多元性、灵活性、差异性和不确定感为核心的当代个体伦理。在后福特主义社会，传媒艺术越来越成为身份建构与共同体凝聚的核心力量。

关于传媒艺术对后福特主义社会而言的重要价值，我们可以引入英国社会学家汤普森(Thompson)的现代性维度理论来加深理解。汤普森曾指出，现代性有四个重要的制度性维度，分别是经济、政治、军事和媒介传播。其中，媒介传播对于现代社会而言意义重大且日益上升，即“传播不仅是传播本身，更是社会机构和现代性的制度性维度之一，并且是极为重要的维度，可以调节其他维度乃至整个现代性的构成与转变”。^②换言之，如果说在以福特主义为纲领的第一现代，大众传媒已经广泛兴起并积极参与了社会建构的话，那么到了以后福特主义为纲领的第二现代，随着网络通讯技术的飞速发展，以及在此基础上精确到个体的“自传播”的兴盛，“媒介传播”这一维度的建构性力量势必在越来越大的范围内获得提升。具体到影视传媒艺术领域，首先表现为传媒艺术文本美学情怀与文化情怀的融通，一种巴赫金意义上的“参与性”和“事件性”日益成为移动互联时代传媒艺术的显性诉求；在此基础上，更表现为传媒艺术自身门类主体性和自觉性的提高，“传播属性”不再是传媒艺术文本中“不可见的在场”，而是日益成为传媒艺术创作过程中的核心关键，甚至是传媒艺术文本最终得以建构完成的支柱力量。

近年来，后福特主义的文化逻辑在中国影视传媒艺术场域中一直呈上扬态势。虽然中国社会在整体上正处于福特主义与后福特主义的混杂期，而传统规范的力量也仍旧存在^③，但是在富于文化示范意义的中国都市社会中，后福特主义已经逐渐显示出其强大的影响力，在大众传媒空间中甚至已经开始占据优势地

① 参见[德]乌尔里希·贝克、伊丽莎白·贝克-格恩海姆：《个体化》，李荣山等译，北京大学出版社2011年版。

② 参见马杰伟、张潇潇：《媒体现代：传播学与社会学的对话》，复旦大学出版社2011年版，第62—63页、110页。

③ 参见马杰伟、张潇潇：《媒体现代：传播学与社会学的对话》，复旦大学出版社2011年版，第149页。

位。在电影银幕上,我们看到《疯狂的石头》《让子弹飞》《无人区》《小时代》《一代宗师》《少年派的奇幻漂流》《北京爱情故事》《私人定制》《老男孩之猛龙过江》《后会无期》等作品的风靡;在电视荧屏上,我们也看到《武林外传》《爱情公寓》《永不磨灭的番号》《民兵葛二蛋》《北京青年》《小爸爸》《男人帮》《女人帮》等作品的热播。这些文本虽遍及不同题材、不同类型,但却展现出相似的结构方式、话语风格与价值光谱,联结着相近的美学理念、文化逻辑与政治经济学背景。当然,在传统的影视场域中,不同文化逻辑之间的博弈目前还在很大程度上存在,在某些文本中甚至表现得十分激化,后福特主义文化逻辑也由此时常陷入一种含混游离、左支右绌的境遇里。例如,作为主旋律献礼片的电影《建国大业》和《建党伟业》就体现出从福特主义向后福特主义过渡的“夹生”——二者都是试图借“后福特之壳”上市的“福特之作”;换言之,是试图以“数星星”的消费主义景观、碎片化的文本结构来完成主流意识形态的宏大询唤,其叙事策略与叙事意图之间的吊诡关系恰是其深层文化逻辑分裂的表征。

与传统影视场域的纠结缠绕不同,在互联网平台上,近年来飞速崛起的网络影视几乎从一开始就成为了后福特主义旗帜下的“原住民”。如果聚焦优酷、土豆、爱奇艺、乐视、搜狐视频、腾讯视频等已具有较大影响力的视频网站,则不难发现,这些视频网站的自制节目(主要包括网络电影、网络剧、网络综艺节目等)和特色自选节目(主要包括美剧、英剧、韩剧频道的主打产品)大都体现出鲜明的“微美学”和“微文化”特征。这些也构成我们接下来要分析的重点。

二、“微时代”传媒艺术的话语表达机制变革

在以文化转型为底色的“微时代”,传媒艺术的话语表达机制究竟正在发生哪些重要变化?综合来看,我认为主要可以概括为以下四个方面:

(一)“微主体化”

在“微时代”,传媒艺术话语总体上呈现出强烈的“微主体化”倾向:宏大主体祛魅,微小主体啸聚——这种情态构成“微时代”的审美文化伦理基点。以互联网影视为代表,不难发现,其艺术话语大多是“个体化”的:例如更大程度地发展“身体美学”,更大规模地发掘私人话题,更深入地渲染细腻情感和非理性修辞,等等。总之文本往往呈现出浓厚的“自叙述”和“自表达”色彩。而占据“自表达”

主体方位的，当然是若干游戏化、情绪化、主观化、平面化，或者干脆点说就是“屌丝化”的“小写的我”，这与传统影视所崇尚的那种十分坚实的主控思想，以及矗立于文本深层的“英雄化”的“大写的我”是很不相同的。

“微时代”传媒艺术话语主体的变革，受到移动互联网技术发展的直接推动。因为在文化的意义上，移动互联网技术所实现的是信息和人的高度一体化，是“自我内省”与“对外表达”界限的融解，所以使得一种带有强烈自恋特征的文化迅速成为时代潮流。必须承认，相对于中国社会曾经长期奉行的过度的集体主义文化，个体的“可见”具有不可低估的积极意义。于是，在互联网上，我们可以看到大量具有典型自恋特质的影视人物受到追捧，例如英剧《神探夏洛克》中的“卷福”、美剧《生活大爆炸》中的“谢耳朵”、搜狐自制剧《屌丝男士》中的“大鹏”，以及优酷自制剧《万万没想到》中的“王大锤”等。可以说，由这些重度自恋、几乎到了神经质程度的人物担纲主人公，对于传统的主流影视叙事而言几乎是“不可想象”的。

当然，如果要“微主体化”话语的蔓延态势完全理解为积极个体文化的崛起，还显得为时尚早。目前的情势更大程度上是受“长尾经济”诉求所驱动，还缺乏充分的、自觉的价值导向作为支撑。而如何在“微主体”崛起的过程中，适时引导个体文化朝着既彼此尊重又相互协助的道德方向发展，而不是一味地陷入自私自利、自我谄媚的偏执泥潭，并且适度警惕私人话题对公共话题的遮蔽和淹没，是“微时代”传媒艺术应该主动承担的社会责任。

（二）“无地方化”

“微时代”传媒艺术话语所呈现出的第二个新特征是“无地方化”或者说“去地方化”。这一特征作为“微主体化”的对应面，与移动互联网超越空间的强大技术能量息息相关，也与全球资本主义体系建构统一市场的经济诉求紧密相联，反映出的则是后福特主义时代“个人化”与“全球化”平行推进、互为依存的基础态势。

在传媒艺术场域中，“无地方化”突出表现为地方感的弱化乃至消失。换言之，在“微时代”的传媒艺术文本中，我们越来越难以感受到典型的民族或地域文化诉求。当然，这并不是说相关文本从视听角度完全无法辨识——有关伦敦的作品一般还是会呈现伦敦的地标地景，有关巴黎的作品一般还是会使用法语对白，有关北京的作品一般还是由中国演员来饰演角色，等等。“无地方化”主要是强调，今天的大众传媒艺术话语越来越无法典型地体现属于“地方”的社会关系和

文化情态,而是更多地倾向于一种“全球城市”或者说“世界城市”的表达逻辑。文本空间日益与具体的社会生活脱嵌而成为符号化的景观;人物的思维方式和生活方式日趋同质化;叙事的修辞趣味与结构习惯也越来越相似;甚至在核心议程的选择上也显示出或“全球”、或“个人”的两极倾向——这些在互联网影视节目中都有突出体现。

应该说,“无地方化”作为一种话语表达策略,是全球消费市场的建构诉求曲折作用于影视叙事的结果,是消费主义意识形态的视觉文化表征。它通过将“微茫”受众越来越深地拽入一个虚拟的同质化世界,赋予了他们十分强烈的“世界与我相关”、“世界为我所熟知”的介入幻觉,却也使得“回归本土”的话语建构在今天显得越来越迫切和艰难。

(三)“强社交化”

“微时代”传媒艺术话语呈现出的第三个新特征是“强社交化”,这一特征也赋予了今天的传媒艺术比以往更为强烈的“传播”特质,并在一定程度上满足了现代人在碎片化的生活状态中重建情感共同体的心理需求。

“强社交化”形成的背景是“社会性媒体”在 Web2.0 时代的飞速崛起。“从内涵看,社会性媒体强调可读可写性、用户生产内容、群体协作任务、深度社会交互等新一代互联网的时代特征;从外延看,社会性媒体包括实体平台和产品,常见类型有博客、播客、微博、百科、视频共享、社交网站。”^①正是由于这些“社会性媒体”的流行,传统的由一到多的大众传播路径发生了革命性的变化,一种被比喻为“蒲公英式传播”的多点人际传播架构逐渐形成,随之而来的则是传媒艺术话语表达机制与文本传播理念的变革。正如颇受欢迎的网络脱口秀节目《罗辑思维》的主持人罗振宇所指出的,要打造一款适合移动互联网时代的传媒文艺节目,最重要的就是要和传播对象之间建立起一种类似于朋友似的互动关系。为了实践这一理念,《罗辑思维》建立了专门的微信公众号和“铁杆粉丝群”,以期逐渐形成一个稳定的核心社交团体。而《晓说》《凯子曰》《彬彬有理》等一众网络脱口秀节目也都表现出类似的产品运作模式和话语建构取向。而 2014 年由优酷等出品的电影《老男孩之猛龙过江》能够创下两亿多票房的佳绩,除了受惠于微电影《老男孩》的口碑,更直接得益于主题曲《小苹果》的前期网络传播。

^① 林品:《从网络亚文化到共用能指——“屌丝”文化批判》,《文艺研究》2013 年第 10 期,第 40 页。